

”

Werden Meinungen aber als wissenschaftliche Fakten dargestellt und auf einer reichweitenstarken Plattform öffentlich wiedergegeben, kann daraus Desinformation werden.“

**Zitat der Woche**

Der PR-Ethik-Rat rügt ein Inserat von Gegnern der Anti-Coronamaßnahmen



**Leitartikel**

••• Von Sabine Bretschneider

ZWIESPALT. „Masken sind nutzlos und gesundheitsschädlich“, „Der PCR-Test ist weder validiert noch für die Diagnoseerstellung am Menschen zugelassen“, „Zwangsimpfung“, „Kolateralschäden“ ... Der PR-Ethik-Rat hat am Donnerstag ein Inserat, besser: ein Advertorial, von sogenannten Corona-Gegnern beanstandet, das Anfang Jänner in österreichischen Tageszeitungen vom „Außerparlamentarischen Corona Untersuchungsausschuss Austria (ACU-A)“ veröffentlicht wurde. Die dort dargestellten Aussagen basierten auf „selektiv ausgewählten Befunden“ und seien „tendenziös“ aufbereitet worden.

Das ist vollkommen korrekt, der „offene Brief an die Bundesregierung und Bevölkerung Österreichs“ strotzt vor banalen Schwurbelargumenten, sachlich und fachlich sind die Behauptungen falsch, wissenschaftlich fundiert ist daran gar nichts. Wer's glaubt, wird nicht selig, sondern verunsichert. Deswegen wurde auch eine „Rüge“ gegen den ACU-A ausgesprochen.

# Wie wäscht man weißer als weiß?

The medium is the message: Wenn sich Inserate als Offene Briefe tarnen.

Der Ethik-Rat für Public Relations ist ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Österreich tätigen PR-Fachleute, dessen Aufgabe es ist, „die Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit zu überwachen und zu fördern“. Nun ist ein Advertorial jedoch trotz redaktioneller Aufmachung ein Inserat, eine Anzeige – und im Regelfall auch als solche („Bezahlte Anzeige“) gekennzeichnet. Auch wenn es sich, wie der PR-Ethik-Rat betont, beim Offenen Brief um „ein Instrument der Public Relations“ handelt: „Werden Meinungen aber als wissenschaftliche Fakten dargestellt und auf einer reichweitenstarken Plattform öffentlich wiedergegeben, kann daraus Desinformation werden.“ Auch korrekt. Aber wäscht ein Waschmittel wirklich weißer als weiß? Machen Gummibärchen Kinder froh? Staunen Fachleute über 50 kg weniger in zwei Wochen? Wenn wir – unter Umständen auch zu Recht – annehmen, dass der Medienkonsument Advertorial und Redaktion nicht unterscheiden kann, sollte dann nicht dringend eine Grundsatzdiskussion darüber geführt werden? Und wie gehen wir mit Native Advertising um?

**Impressum**

**Medieninhaber:**

medianet Verlag GmbH  
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG  
http://www.medianet.at

**Gründungs-herausgeber:** Chris Radda

**Herausgeber:** Germanos Athanasiadis,  
Mag. Oliver Jonke

**Geschäftsführer:** Markus Bauer

**Verlagsleiter:** Bernhard Gily

**Chefredaktion/Leitung Redaktionsteam:**

Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173;  
s.bretschneider@medianet.at),  
Stellvertreter der Chefredakteurin: Dinko Fejzuli  
(fej – DW 2175; d.fejzuli@medianet.at)

**Kontakt:**

Tel.: +43-1/919 20-0  
office@medianet.at | Fax: +43-1/298 20 2231  
**Fotoredaktion:** fotored@medianet.at

**Redaktion:**

Christian Novacek (stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Paul Hafner (haf – DW 2174), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Anna Putz (ap), Nadja Riahi (nr), Martin Rümmele (rüm), Laura Schott (ls), Jürgen Zacharias (jz)

**Zuschriften an die Redaktion:**

redaktion@medianet.at

**Lektorat:** Mag. Christoph Strolz **Grafisches Konzept:** Verena Govoni **Grafik/Produktion:**

Raimund Appi, Peter Farkas **Fotoredaktion:**

Jürgen Kretten **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Herold Druck und Verlag AG,

1030 Wien **Vertrieb:** Post.at **Erscheinungsweise:**

wöchentlich (Fr) **Erscheinungsort:** Wien

**Einzelpreis:** 4,- € **Abo:** 179,- € (Jahr) (inkl. Porto & 10% MwSt.) **Auslands-Abo:** 229,- € (Jahr).

Bezugsabmeldung nur zum Ende des vereinbarten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

**Offenlegung gem. §25 Mediengesetz:**

https://medianet.at/news/page/offenlegung/



**Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:**

abo@medianet.at  
oder Tel. 01/919 20-2100

# Inhalt

**COVERSTORY**

**Evolution des Online-LEH ..... 4**  
Ein Schub für das Online-Geschäft mit Lebensmitteln

**MARKETING & MEDIA**

**Neue Erlösmodelle ..... 10**  
Gerald Grünberger und Markus Mair, VÖZ, im Interview

**Die Zukunft der Marke ..... 14**  
Dialogschmiede: Digitalisierung und notwendige Investments

**Medialer Aufreger ..... 16**  
Zorn bei Wolfgang Fellner

**SPECIAL ÖAK**

**ÖAK-Präsidentin im Talk ..... 24**  
Marcla Atria über ihre Pläne

**Weiter Nummer eins ..... 29**  
Krone bleibt an der Spitze

**RETAIL**

**Die Wucht der Pandemie ..... 32**  
Interview mit Peter Jungreithmair von Wels Marketing & Touristik

**Rekordjahr für Fressnapf ..... 37**  
18%-Umsatzplus in Österreich

**SPECIAL MOLKEREIPRODUKTE**

**Berglandmilch zieht Bilanz .... 44**  
GF Josef Braunhofer im Talk

**Kefir ist bald in aller Munde ... 46**  
Im März steht der Launch der „nöm für mich“-Range an

**FINANCENET & REAL:ESTATE**

**V steht für Vorkrisenniveau .... 50**  
Hälfte der Großunternehmen rechnet mit V-förmiger Erholung

**Betongold wird teurer ..... 56**  
Mieten und Kaufpreisen steigen

**HEALTH ECONOMY**

**Drei liefert elmpfpass ..... 58**  
Zuschlag für die Tablet-ELGA

**Pandemie hemmt Hilfe ..... 62**  
Pink Ribbon-Bilanz: Weniger Spenden für die Krebshilfe

**CAREERNETWORK**

**Wo man gern arbeiten will ..... 64**  
Top Employers Institute zeichnet 16 Firmen in Österreich aus

**EuroSkills 2020 verschoben ... 70**  
Berufs-EM mit September-Termin

**AUTOMOTIVE BUSINESS**

**Automarkt bremst weiter ..... 72**  
Im Jänner war der Markt weiterhin stark rückläufig

**Rekordverlust bei Renault ..... 74**  
Corona-Minus von 8 Mrd. Euro